



Aproximación de la museología al entorno web. Exhibición online de la colección del MNBA

Alejandra G. Panozzo Zenere*

*CONICET, CIM, Universidad Nacional de Rosario, Argentina. E-mail: panozzo.a@gmail.com

Resumen

La presencia en Internet del Museo Nacional de Bellas Artes de Argentina no escapa a las innovaciones tecnológicas-comunicativas que transformaron en las últimas décadas la museología en general. En consecuencia, esta institución adoptó distintas especificidades dentro del entorno virtual para poder exponer su patrimonio artístico.

En este trabajo, se intentará repasar de forma preliminar y exploratoria algunas construcciones que se evidencian dentro del diseño del sitio web y las prestaciones que permite el proyecto de Google, para luego, introducirnos en la función de exhibición online de sus obras de arte como imágenes pixeles.

El rasgo que presenta este tipo de patrimonio nos acerca a una manera específica de exhibición de sus colecciones en el entorno virtual. El Consejo Internacional de Museos (ICOM) considera que los museos deben velar para que sus exposiciones físicas y virtuales presenten información fehaciente, conforme a las misiones, políticas y finalidades declaradas por cada institución. Por tanto, el recorrido de este trabajo plantea como objetivo analizar las implicancias y de qué manera el MNBA expone su patrimonio de manera virtual a partir de su portal www.mnba.gob.ar y desde la experiencia Google art project.

Palabras clave: museo; portal; colección; exhibición.

Museological approach to web space. Online Exhibition of the MNBA's Collection

Abstract

The online presence of the Argentine National Fine Arts Museum (MNBA) cannot be conceived without considering the technological and communicative innovations that have transformed museum studies over the last decades. This institution has, therefore, adopted a number of specific virtual tools to display its art heritage.

This work aims to revise in a preliminary and exploratory way some constructions within website design and the tools offered by Google Art Project, in order to then focus on the online display of works of art as series of pixels.

The most distinctive features of this type of heritage lead us to a specific way of exhibiting art collections in the virtual space. The International Council of Museums (ICOM) considers that museums should look out for their physical and virtual exhibits presenting trustworthy information, in accordance with the aims, policies, and purposes set by the above mentioned institution.

Thus, the aim of this outline will be to consider the implications and the strategies used by the MNBA to exhibit its art heritage online, by means of both its own website www.mnba.gob.ar and the Google Art Project platform.

Keywords: museum; website; collection; exhibition.

Una mirada al museo

En los últimos años, el museo es objeto de estudio de distintas disciplinas constituyéndose, según Podgorny (2005), en un espacio en que tienen lugar distintas actividades y prácticas que son modeladas a partir de sus especificidades, y los conflictos o las alianzas escondidas tras su historia de creación.

La historia de esta institución compendia una diversidad de lugares como el *mouseion* griego, los gabinetes de

tesoros, las maravillas del Renacimiento o modelos más teóricos como el Teatro de la Memoria de Giulio Camillo y el Theatre Amplissimi de Samuel Quiccheberg. Sin embargo, recién durante la modernidad comienza a producirse una proliferación de museos similares con los que convivimos, que poseen una clara función histórica de fortalecimiento de la identidad nacional, semejante al caso en que nos detendremos más adelante.

Estos museos surgen de una noción de institución basada en tres pilares fundamentales: colección, creación y

Recibido 05-04-2014. Recibido con correcciones 23-09-2015. Aceptado 21-12-2015

Revista del Museo de Antropología 8 (2): 217-226, 2015 / ISSN 1852-060X (impreso) / ISSN 1852-4826 (electrónico)
<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/antropologia/index>

IDACOR-CONICET / Facultad de Filosofía y Humanidades – Universidad Nacional de Córdoba - Argentina

desarrollo del saber. Además, en palabras de Rivière (1993), su misión educativa es significativa y tiene la función, por sobre todo, de conservar el patrimonio de un país. De este modo, sus colecciones que pertenecían originalmente al ámbito privado pasaron al dominio público, abandonando el status individual por la representación colectiva de una nación. Un modelo ejemplar de este tipo de establecimiento es el Museo de Louvre, creado durante la Revolución Francesa con el principal objetivo de permitir el acceso público a las nacionalizadas creaciones artísticas de propiedad de la Corona, de nobles emigrados y de conventos suprimidos.

El eje de este tipo de entidad cultural está puesto en sus colecciones, entendidas según el ICOM, como objetos que constituyen un patrimonio público, que, según Callados Muños (2009), sufren una clasificación y estudio para ser exhibidos al público, donde prima una función pedagógica. Al respecto, Pomian (1978) menciona que este acervo se trata de un lugar de conexión entre lo visible y lo invisible, es decir, conecta el mundo de quien observa con los mundos evocados por los objetos. Así, la historia de los museos mediante esta relación, se enmarca bajo dos rasgos: la materialidad y la visualización.

Además, las colecciones son mostradas en exposiciones diseñadas por un guión, que dirige nuestras miradas hacia objetos u obras significativas dentro del acervo. Sabate Navarro y Gort Riera (2012) sostienen que estas piezas no son solo testimonios de una determinada estética, sino de una época y de una sociedad en la que se produjeron, convirtiéndose en un instrumento de afiliación. Por tanto, los procesos de exhibición inducen modos de ver y de interpretar en el recorrer que proponen las muestras. La entidad museal es un espacio público que recibe visitantes de los más diversos, cuyas experiencias en sus instalaciones serán múltiples y diferentes, a pesar de que durante el siglo XIX se desarrollaron técnicas de presentación del acervo cultural para condicionar, dirigir y educar los modos de ver. Crimp (1993), en referencia a lo antes dicho, basándose en el análisis realizado por Foucault (1984) sobre las instituciones modernas de confinamiento y sus respectivos regímenes discursivos, planteó que el museo era otra institución de encierro, y la historia del arte sería su posible disciplina. Esta última instaló una manera de ordenar y clasificar: la juxtaposición espacial de fragmentos (obras), que producen una determinada comprensión del mundo artístico. Nos encontramos, parafraseando a Foucault (1977), con un mecanismo de control sobre el conocimiento que impone limitaciones en lo que se puede y no se puede decir, la forma en que se dice y donde hay que decirlo, un sistema de control desde el discurso.

Bennett (1996), por su parte, considera a los museos instituciones disciplinadoras, pero no de confinamiento, ya que fueron formas de coerción más blandas que, por ejemplo, el sistema carcelario. Para este autor, estas

instituciones se entienden como un complejo expositivo, una visión del mundo que permitió visualizar principios de orden, jerarquía, clasificación y pertenencia, a través de la disposición narrativa y arquitectónica, formando un ideal de mirada sobre lo estético. Se vislumbra un claro objetivo: educar y civilizar al ciudadano mediante su participación, tanto en eventos públicos como privados, desarrollados dentro de los espacios museográficos.

Hoy los museos se articulan con Internet, trasladando estos principios, a pesar de estar ante un nuevo modo de comunicación y conocimiento contemporáneo. Estas instituciones culturales buscan formas de mostrar sus colecciones de manera virtual, sin dejar de condicionar nuestra mirada.

Detenernos en Internet nos obliga a profundizar en la web. Pisani y Piotet (2009) explican que se trató de una de las aplicaciones que atravesó varias fases hasta ajustarse a la disposición que conocemos en la actualidad. Su fase inicial web 1.0 permitió conectar las máquinas y documentos entre sí, pero con un usuario considerado pasivo, ya que no podía interactuar. La segunda fase, Web 2.0 (O'Reilly 2005; Yus 2010), posibilitó diferentes usos, producto de su dimensión colaborativa e interactiva que permitía a sus usuarios encontrar, modificar, insertar o subir información de múltiples fuentes.

Dentro de este universo, se conforman espacios como nuevas formas culturales que dependen de componentes –hipertextualidad, interactividad, reticularidad, digitalización y multimedia– para ser almacenados, distribuidos y representados a través de pantallas¹ (Igarza 2008, Scolari 2008). Estamos ante propuestas que crean su propia identidad, que para Manovich (2006), se basan en cinco principios: representación numérica, modulación, automatización, variabilidad y rascodeificación. Esto permite entender de qué manera la lógica del ordenador influyó en la tradición cultural como “una tendencia general de una cultura que experimenta una información” (Manovich 2006: 72).

El museo no es ajeno a las innovaciones tecnológicas-comunicativas, ni a los modos de producción artística y cultural, derivados de dichas transformaciones que cambian la forma de representar simbólicamente e innovan la visualización de su acervo. De esta manera, sus obras serán presentadas a través de imágenes píxeles² que se exhiben a través del espacio virtual como metáforas del mundo físico.

¹ Traversa (2007) describe al dispositivo pantalla como una superficie laminar con forma geométrica que ofrece imágenes en movimiento en su variedad electrónica; pero también como un quehacer cotidiano que se expande en múltiples direcciones capaz de producir mundos.

² Se trata de imágenes digitales que permiten ser almacenadas y transportadas en cierto formato, organizadas a través de una construcción píxel por píxel. Este último entendido como unidad de base más pequeña en la fijación de la imagen (Jullier 2004).

Los recursos que posibilitan los espacios virtuales de la web permiten a la institución cultural convertirse en aquello que es en potencia, o la capacidad de hacer algo que aún no produce en la realidad material. Este museo se convierte en una metáfora de la información, un museo virtual que, para Gabaldón Peñaranda (2013), presenta un paradigma cultural de pensamiento y acción que busca el hacer (sentir, pensar, saber, querer) del público usuario para educarlo, instruirlo y emocionarlo dentro del espacio virtual. En otras palabras, según Florez Enríquez (2013), se trata de un sitio cultural generador de conocimiento nacido en la Sociedad de la Información y Comunicación que retoma criterios del fenómeno museo y aprovecha los recursos del *online*, las cualidades y características propias de este tipo de tecnología.

Esta posibilidad asegura para las instituciones artísticas una superficie discursiva que se expresa en una acción enunciativa transformadora del querer-saber en poder-saber. Nuevamente, nos encontramos con el discurso que indica una construcción de un relato artístico, pero entendido aquí como un mensaje que se trasmite al espectador para potenciar el debate, el cuestionamiento, la confrontación que activa el pensamiento crítico.

Estamos ante una nueva forma de ver el patrimonio artístico. Internet, a través de la web, permite que el ser museal en una pantalla se conforme en un dispositivo que existe solo en la red y que genera nuevas operaciones de producción de sentido. Los espacios web del museo habilitan interrogantes sobre qué es lo que exponemos en los museos, objetos o ideas. Si exhibimos objetos, estos no reemplazarán este mundo, sino que pueden ayudar a explicarlo mejor, pero si presentamos ideas podrían substituir el mundo material, aunque la presentación no tiene por qué tener lugar solamente dentro del museo.

La presencia de los establecimientos físicos artísticos en la web no constituye una amenaza a las instituciones reales, sino una forma alternativa de expresión y de acción, además de un campo de innovación propicio a nuevas experiencias museísticas. Sin embargo, en la lucha de preservar su lugar legitimador, el museo busca estrategias dentro del entorno web, desde las cuales podemos formular la siguiente pregunta: ¿son nuevas formas de presentar el patrimonio artístico, o simplemente se trata de una continuidad que no fomenta nuevos procesos de concebir lo museológico con lógicas del *online*?

Nos encontramos con dos formas de pensar a las herramientas que posibilitan las tecnologías: un nuevo espacio museal con lógicas virtuales y una herramienta informativa para los museos físicos de arte. La primera opción plantea un nuevo museo que apela a la utilización de herramientas y modos de actuar con lógicas propias de este tipo de tecnología (Deloche 2001); mientras que la segunda tendencia plantea las puestas en Internet de los museos como réplicas electrónicas del mundo físico.

Estas dos alternativas conllevan actitudes totalmente diferentes respecto de las maneras de pensar un museo de arte en la virtualidad, y por tanto de mirar lo artístico. Nos podemos encontrar con la posibilidad de generar un discurso que se incrementa al habilitar en línea ideas de intercambio, al permitir construir relatos y narrativas críticas que interpelen al espectador, o por el contrario, réplicas de una linealidad discursiva sobre qué se dice o piensa en la institución física, lo cual admite una sola manera de pensar lo artístico.

En cualquiera de estas dos opciones nos encontramos con distintos niveles de innovación y adaptación que van a conformar la manera de ser del discurso museal en la red. Marcas que nos determinan, entre otros aspectos, que estamos mirando una colección desde la virtualidad y no desde los espacios museográficos.

Portales web de museos de arte

Vivimos en una sociedad mediatizada, en la cual los medios de comunicación implican “nuevas formas, espacios y tiempos de relación social, nuevas formas institucionales, nuevas categorías de aprehensión de la experiencia personal y social, nuevas dimensiones de la cultura” (Vizer 2007: 53).

Los museos físicos se reconstruyen en este contexto, y su primer acercamiento se produjo por los portales *online*. Esta experiencia es una aplicación web que gestiona contenidos provenientes de diversas fuentes con mecanismos de navegación que integran aplicaciones, e incluyen procesos de colaboración para el conjunto de los usuarios, clasificados en aplicaciones de servicios, entretenimiento, información-evento o información-conocimiento (Díaz 2005; Vizer 2007). No obstante, según Yus (2010), la verdadera capacidad de interacción se genera en los blogs o las redes sociales que permiten una información mutuamente manifiesta para los que la producen y para los que la interpretan.

Para los museos sus portales se convirtieron en prolongaciones de su existencia arquitectónica en el mundo virtual, permitiéndoles ofrecer su colección y noticias sobre sus actividades, a través de exhibiciones, publicaciones y divulgaciones. Una de las principales características que engloban a estos espacios es que muestran un nuevo entorno simbólico que no representa la realidad tal cual la conocemos, sino que hacen referencia implícita a una noción de experiencia real que se percibe virtualmente. Un museo que existe en potencia pero no en acto, un desplazamiento de una determinada identidad en búsqueda de aquello que lo conforma como esencia (Levy 1999; Castells 1998).

Para comenzar el análisis de estos sitios, nos detendremos en los aportes de Roviera y Codina (2006), quienes consideran que un diseño adecuado permite una

mejor usabilidad³, es decir una navegación en grandes volúmenes de contenido que potencia su visibilidad en la web. El diseño de navegación, según estos autores, se encuentra dentro de la arquitectura de la información que se basa en la disciplina del etiquetado y el diseño estructural de espacios de información digital para facilitar la realización de tareas, como por ejemplo el acceso a contenidos desde lo intuitivo. Baeza, Riverca y Velasco (2004) proponen que los principios del esquema orienten la creación y planificación de los portales, que “se diseña pensando en un modelo de usuario y en la experiencia que éste tendrá al usar el sistema” (p. 178).

Por su parte, Rovira y Codina (2006) indican que cada elemento de navegación dentro del diseño de un espacio *online* se trata de una pieza para que la interfaz del usuario pueda experimentar cualquiera de las funciones o tareas previstas por el sitio. Esta idea nos obliga a detenernos en el concepto de interfaz desde una concepción utilitaria en relación con el diseño, en palabras de Bonsiepe (1999), sería un “utensilio a través del cual hombres y computadoras se comunican entre sí” (p. 43); mientras que para Scolari (2004), desde una mirada vinculada a procesos semióticos y cognitivos, considera que detrás de toda interacción entre máquina y usuario se generan procesos derivados de estos campos. Este autor, la define de la siguiente manera:

(...) un lugar donde se desarrolla el “duelo” entre la estrategia del diseñador y la estrategia del usuario, el entorno donde el simulacro del usuario “conversa” con el simulacro del diseñador o el espacio de encuentro entre una gramática del diseño y una gramática del uso. Durante el proceso de interacción, todas estas figuras virtuales (...) entran en una dinámica de choques y mutación recíprocas. (p. 39)

Valdettaro (2007) especifica en clave epistemológica a la interfaz desde:

(...) el tipo de relación que se establece con el usuario. La página digital, por ejemplo, se visualiza como un complejo conglomerado de códigos y lenguajes donde se articulan lo cromático, lo sonoro, lo interactivo, lo topológico. La interfaz es un “entre-dos”, su función de “copula” produce el modo del vínculo enunciativo. (p. 215)

La interfaz distingue múltiples planteos que se presentan dentro del diseño, o sea de qué manera se pueden visualizar los contenidos para que los usuarios visiten, aprovechen y regresen virtualmente o físicamente a las instituciones artísticas. Nos introduce en un entramado de

cómo se configuran los variados bocetos de los portales *online* de los museos, configurando recursos visuales y narrativos para desarrollar aspectos generales que observamos al navegar estos espacios virtuales.

Los primeros diseños de museos presentaron recursos visuales que los diferenciaron de otros sitios dedicados al arte. De este modo, cruzaron contenidos en distintos idiomas referentes a sus instalaciones físicas, y datos de horarios, tarifas, indicaciones para llegar, calendario de actividades, suscripción a boletines, venta de ticket y tienda *online*.

Posteriormente, Rico (2009) actualizó este esquema definiendo tres grandes grupos de aspectos:

-*Generales*: buscadores, navegadores, estructura, tipología, propósitos, etc.

-*Funcionales*: velocidad y posibilidades de descarga, presentación de la información, volumen de textos, dinamismo, usabilidad, facilitación de comunicación, publicidad, etc.

-*Técnicos y estéticos*: entorno audiovisual, interactividad, calidad y cantidad de multimedia de los contenidos, capacidad de enlaces, interacción con los usuarios, estética y creatividad del diseño en general.

Ahora bien, lo que definió la especificidad de los portales de los museos fue su visualización en imágenes píxeles de las obras de arte que forman parte de sus colecciones, sumado a enlaces que utilizan recursos como hipertexto, interactividad o multimedia que dan a conocer y explorar su patrimonio artístico. Es decir, una política de comunicación que intenta resaltar el capital de los museos, una característica diferenciadora dentro de la arquitectura que invita al usuario a visualizar de diferentes maneras sus colecciones artísticas.

Las propuestas para exponer las obras son variadas, por ello describimos las más utilizadas, y de fácil comprensión. Por un lado, nos encontramos con galerías virtuales, técnicas de presentación establecidas en la naturaleza del objeto y en el método de observación basados en imágenes estáticas 2D. La característica central de estas exposiciones se basa en la posibilidad de efectuar realidad aumentada⁴ –recurso propio de la visualización de las obras de arte–, además de incluir una breve descripción –datos del autor, técnica, año de realización, etc.–. Las mismas son consideradas menos complejas, a pesar de que existe una subclasificación que permite observar las

³ Se trata de un atributo de calidad que mide lo fáciles de usar, por parte de los usuarios, las interfaces. La palabra “usabilidad” también se refiere a métodos para mejorar la facilidad de uso durante el proceso de diseño (Nielsen 2003).

⁴ Realidad Aumentada implica inmersión del participante en un mundo totalmente virtual, por lo general tiene tres requerimientos, combina la realidad con información sintética, que los objetos virtuales estén registrados en el mundo real y es interactivo en tiempo real. La información virtual tiene que estar vinculada espacialmente al mundo real de manera coherente, lo que se denomina como registro de imágenes.

imágenes una por vez o en exposiciones a través de la organización de secuencia. Por otro lado, encontramos presentaciones tridimensionales (técnicas más avanzada para la exhibición de obras) de manera panorámica que facilita al usuario interactuar con el objeto y el espacio. En la mayoría de los casos, la visita no permite entrar en contacto con otros visitantes virtuales como ocurre con la modalidad presencial. Sólo pueden moverse por entornos 3D (realidad virtual pasiva). Esta propuesta recurre a fotografiar el espacio en 360° o entornos Quick Time VR (Virtual Reality) que pueden ser vistos con un *plug-in* estándar (Rico, 2009).

Podemos pensar que las configuraciones estéticas y discursivas que presentan las formas de exhibición de los sitios de los museos se tratan de dispositivos específicos que estructuran elementos visuales con una narrativa establecida dentro de un discurso totalizador que vincula el diseño del espacio *online* con el discurso de la institución museal.

Museo Nacional de Bellas Artes

El Museo Nacional de Bellas Artes (MNBA) fue creado en 1895 por un decreto del presidente José Evaristo Uriburu, pero su inauguración se realizó un año más tarde en el edificio en el que actualmente se encuentran las Galerías Pacífico.

Su colección se conformó primeramente por donaciones de José Prudencio de Guerrico y Adriano Rossi, en clara referencia a la "casa de la belleza como la que impera en el Louvre". Posteriormente, su acervo se incrementó por distintos donativos y compras, debiendo trasladarse al Pabellón Argentino, y luego en 1933 a su sede definitiva en los ex establecimientos de Obras Sanitarias de la Nación. El edificio fue modificado para las necesidades de un museo, por eso su interior fue remodelado siguiendo el modelo de exhibición moderno: salas espaciosas con paredes lisas correctamente iluminadas, con el propósito de contribuir a una lectura directa de las obras expuestas. Las exposiciones en el MNBA fueron concebidas con un itinerario espacial ordenado para que el visitante pudiera disfrutar de una contemplación atractiva e instructiva del discurso que se conformaba a lo largo de sus salas, donde se exaltaba el patrimonio nacional e internacional que poseía la institución. Recién durante el año 2005 tuvo lugar una importante transformación del guión curatorial cobrando mayor protagonismo el arte argentino. A pesar de ello, la narración continuó con un criterio cronológico histórico y una museografía que conservaba el vínculo mediante la sintaxis: obra - original - contemplación.

En la misma época, se sumó a los procesos actuales de mediatización, o sea no solo definió sus espacios físicos, sino también sus sitios digitales-virtuales. El MNBA como institución museal no solo contó con una colección y un edificio, sino también con un portal *online* en pos de un

propio plan con características similares a las instituciones artísticas del siglo XXI.

Portal web de MNBA

El primer sitio web del MNBA fue creado en 2005 con una estética sencilla (prevalecía el color bordo, blanco y negro), con contenidos artísticos organizados cronológicamente en sentido inverso (la última actualización aparece en primer lugar) según fecha y hora, como si se tratará de un blog. El sector izquierdo de la pantalla presentaba el menú principal, una selección de la programación, horarios, dirección, etc.; mientras que en la zona central se encontraba una obra que pertenecía a la colección permanente del museo.

Las obras eran visualizadas a través de una ventana en el sector derecho, solo teniendo presencia aquellas que se destacaban dentro de la colección. Su presentación se implementó a través de una galería de imágenes (similar al primer caso descrito en el punto anterior) y una breve descripción de sus datos que permitía, al *linkear* sobre la pieza, una mayor captura con un pequeño zoom.

Durante 2013 se produce una reconfiguración del portal *online* que, según enuncia su directora en el espacio web, apeló a ser conocido y visitado por una mayor cantidad de individuos. De esta manera, profundizaron tres características que se encuentran visualizadas en el extremo superior a través de *ventanas*: en la primera, titulada *colección*, se dispone de un mayor muestrario digital (seiscientos cincuentas obras) con ficha técnica de cada objeto, fotos en alta calidad y textos comentados por los más destacados investigadores (locales y del mundo) de carácter público. La segunda, *visitas*, se trata de datos para concretar, como su nombre lo indica, visitas físicas



Figura 1. Portal www.mnba.gov.ar, 2013.

Figure 1. Webpage www.mnba.gov.ar, 2013.

guiadas gratuitas y los más chicos, un espacio específico que permite jugar lúdica y educativa con el patrimonio. La última, *exhibiciones*, se aboca a la democratización del acceso a las muestras temporales para impulsar el acercamiento físico al tradicional museo.

De acuerdo a la clasificación de Rico (2009), a continuación describimos la página web www.mnba.gob.ar:

- *aspecto general*: página sencilla con índices de enlaces a los contenidos, una estructura con menú en la zona superior y una obra en la zona central, que varía según las muestras temporales, permitiendo realizar un enlace con la ventana *exhibiciones*. Una web funcional que proporciona recursos, informa sobre sus actividades, presenta sus particularidades (contexto, historia, servicios, etc.) y brinda información atrayente para su comunidad (agenda, revistas, etc.).

- *aspectos funcionales*: alta velocidad de descarga, presentación ordenada, clara y actualizada de la información. Los contenidos son de relevancia para los destinatarios, de volumen medio y no permiten ser descargados, no incluye fecha de última actualización, pero presenta cambios periódico y enlaces a sus redes sociales (Facebook, Twitter, Flickr). En cuanto a su usabilidad, despliega facilidad y claridad dentro de su entorno, mientras la comunicación se posibilita a través de correo institucional y redes. No ostenta publicidad, ni recursos de accesibilidad para discapacitados.

- *aspectos técnicos y estéticos*: la calidad del entorno audiovisual es homogéneo (predominancia de gris, azules y negro) en cuanto a subpáginas web, tipografía, etc. Es interactiva con buena calidad y cantidad de presencia multimedia para sus contenidos en imágenes, animaciones y sonidos. Demuestra calidad de enlaces

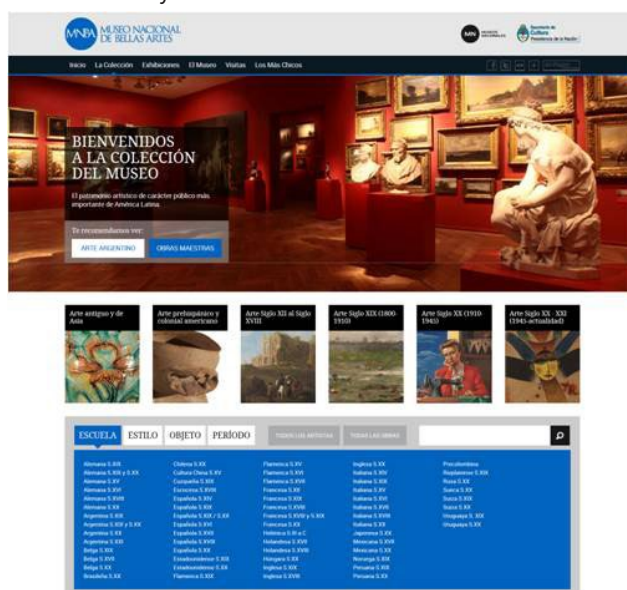


Figura 2. Ventana Colección del MNBA, 2013

Figure 2. MNBA Collection window, 2013.

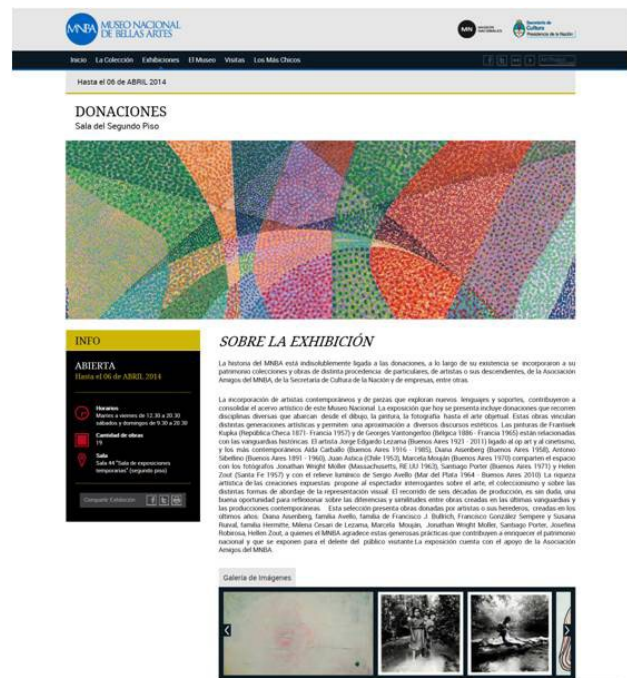


Figura 3. Ventana Exhibición del MNBA, 2013.

Figure 3. MNBA exhibition window, 2013.

comprensibles con nombre claros, ventanas nuevas y mapeo de navegación con una estética agradable, ergonómica y de calidad visual.

La descripción que realizamos intenta mostrar los cambios que sufrió el portal *online* del MNBA, convirtiéndose en una propuesta que permite, a pesar de sus contenidos específicos, convocar a un mayor público dentro del entorno virtual.

La colección, en esta última propuesta del portal, presenta mayor visualización a través de las ventanas, *colección*, cuyas imágenes pixeles permiten ver las obras clasificadas en escuela, estilo, objeto o período en alta resolución con una importante ficha técnica detallada, y compartirla a través de las redes sociales (extremo izquierdo). Debajo de la obra hay un link que permite realizar una significativa realidad aumentada. Asimismo, algunas de las piezas presentan comentarios de expertos con notas al pie, aportando mayor cantidad de datos sobre la obra. Luego, la pestaña *exhibición* ofrece un desarrollo de las muestras desde 2008 hasta las actuales y futuras. Allí se presenta una importante descripción de la exposición en el espacio físico (horarios, visitas guiadas, cantidad de obra, etc.), un recorrido a modo de galería de imágenes con obras representativas (extremo derecho inferior) y enlaces con otras exposiciones (extremo izquierdo inferior). A diferencia del anterior modelo de portal, conforman el acervo dentro de un discurso que lleva por lema "El patrimonio artístico de carácter público más importante de América Latina". Un experiencia cultural que desde un diseño interactivo y multimedia profundiza parámetros como la cantidad (mayor número de obras colgadas a

la web) y calidad (mayor definición de imágenes pixeles) dentro de la oferta museológica.

En otras palabras, para este museo contar con el portal *online* implicó una forma alternativa de mostrar el patrimonio argentino. En clave de difusión, aporta a los usuarios una información y conocimiento específico de su acervo consultable durante las 24 horas y los 365 días del año en pos de un complemento de la visita física.

MNBA en Google Art Project

Museo Art project es un acercamiento en detalle a las obras de arte en el horario que se desee y desde cualquier sitio, una apuesta *online* creada por la multinacional Google para ofrecer contenidos artísticos desde distintas posibilidades virtuales. Por un lado, *Museo View* es una vista del museo que utiliza tecnología de *Street View* para permitir recorrer las salas de un museo como un recorrido virtual (visitas panorámicas de 360° de movimiento horizontal y 290° de vertical) y pasear de forma virtual o salir a la calle para transitar la zona en que está ubicado el establecimiento. La misma realiza una vista en primera persona similar a las prácticas que se utilizan en el campo de los videojuegos.

En cada establecimiento se mapean las obras de arte con una anotación para explorarlas, conocido como *Art View*. Esta propuesta permite realizar una vista microscópica hasta extremos que superan la visión humana de los objetos artísticos. Estas imágenes capturadas por cámaras profesionales cruzadas con sistemas de computación y unidades de movimiento multisincronizadas son divididas en menores componentes para la visualización *online* de todos sus pixeles en alta resolución, facilitando un alto nivel de zoom. De este modo, los usuarios pueden observar pequeños detalles como grietas o pinceladas dentro de la producción artística. Sin embargo, esta realidad es posible en una pintura, un dibujo o una fotografía por su condición material o técnica, pero encuentra mayores dificultades en propuestas de tres dimensiones, como una escultura.

A su vez, este proyecto permite otro tipo de opciones para las imágenes que apelan a interactuar con otros contenidos de la compañía, como *Google Académico (Scholar)*, *Documentos de Google (Docs)* y *APIs de YouTube*.

Este proyecto en su inauguración en 2011 contó con la participación de diecisiete instituciones, como The Metropolitan Museum of Art, MoMA, Palace of Versailles, Tate Britain, Museo Reina Sofía, National Gallery, Van Gogh Museum, etc. En su segunda fase, se expandió a más de ciento cincuenta establecimientos con el lema de "democratizar la información y hacerla universalmente accesible a todas las personas". En abril de 2012, se suman las colecciones de América Latina, entre ellas, la

presencia del MNBA con doscientas obras digitalizadas en alta calidad (siete mil megapíxeles). De las cuales, se destacan *La Nymphesurprise* de Edouard Manet, *Disco de bronce* de Santamariana Culture, *Retrato de Manuelita Rosas* de Prilidiano Pueyrredón y *Reposo* de Eduardo Schiaffino.

El responsable de la propuesta en América Latina explicó en el diario *La Mañana Neuquén* que el sitio no permite descargar imágenes o decodificarlas, pero sí compartirlas con usuarios a través de sus cuentas de correo gmail. De este modo, los beneficiarios pueden crear sus propias colecciones armando sus propias galerías o compartiéndolas con otras personas. Estamos ante una propuesta que proyecta

(...) el arte universal a las personas, permitir que la gente pueda complementar la experiencia de las visitas a los museos y posibilitar nuevas formas de analizar las obras, al poder detectar pequeños detalles que no se pueden ver en una recorrida física ("Unas 250 obras del Museo Nacional de Bellas Artes fueron subidas a la red", *La Mañana Neuquén*, en línea, 3/04/2012).

La experiencia de este proyecto demostró que "el sistema no reemplaza la visita física, pero intenta que las personas vuelvan a interesarse por los museos" ("Unas 250 obras del Museo Nacional de Bellas Artes fueron subidas a la red" *La Mañana Neuquén*, en línea, 3/04/2012). A su vez, esta puesta *online* multiplica las posibilidades de recorrer a través de un clic el patrimonio de los espacios virtuales de los museos escogidos de arte.

El portal del MNBA visualiza su participación dentro de la apuesta de Google, a través de una ventana (sector superior izquierdo) que al linkear abre un enlace con otro tipo de difusión de sus obras, sumando un mayor tráfico entre el propio sitio y las aplicaciones que permite este espacio virtual.

La inclusión comprende un reconocimiento internacional como referente del país. Para el gerente de comunicaciones y asuntos públicos de Google Argentina, "uno de los motivos por los que el museo se posicionó como la primera institución local en tener presencia en la plataforma de Google se debe a su catálogo, uno de los más representativos de la Argentina" ("Unas 250 obras del Museo Nacional de Bellas Artes fueron subidas a la red", *La Mañana Neuquén*, en línea, 3/04/2012).

Sin embargo, esta propuesta presenta algunas limitaciones en lo que refiere a las restricciones para acceder a algunas obras, ya sea porque se encuentran en restauración o por derechos de reproducción. Estos últimos no fueron un tema menor para las obras del MNBA, que debió pedir a algunos artistas o familiares que cedieran sus derechos, a pesar de que la mayoría del patrimonio se trata de piezas estéticas de más de setenta años desde la muerte

de sus autores, convirtiendo al museo en representante de dichos derechos.

A pesar de todo, este Museo considera una ventaja formar parte de Google Art Project, ya sea en cuanto a la visualización en alta calidad de sus obras de arte, como por el acceso ilimitado a su colección dentro de la sobreinformación que presenta el entorno web. No obstante, formar parte de este proyecto legítima un discurso que establece un canon artístico occidental, presentando una hegemonía discursiva que realza el lugar legitimador que poseen las instituciones museales nacionales de Bellas Artes.

Comentarios finales

Los museos estuvieron siempre unidos al sentido de la vista, por lo tanto la visualización de sus colecciones, física o virtual, nos permite leer su discurso, aquello que nos quieren contar, enseñar y educar, sobre lo que consideran patrimonio artístico de una nación.

Nos interesa remarcar que a partir de las posibilidades que permite la web a través de sus portales *online*, los museos diseñan otros modos de exhibir sus obras de arte para que puedan ser visitadas en cualquier momento desde nuestros hogares. El acceso a su acervo y a su base de datos nos permite estar en contacto con el universo artístico desde una mayor pluralidad y democratización de la cultura. Sin embargo, debemos reconocer que la colección de un museo en relación con lo virtual implica otro régimen espectral de la materialización y la visualización del acervo. Nos invita a pensar una forma alternativa que debe ser leída en clave de un reconocimiento referencial de dicho dispositivo, por ejemplo, que en el espacio web la pieza artística es una imagen pixel.

El caso analizado no escapa a las lógicas de los museos en general, que aprovechan las posibilidades que habilitan las tecnologías del siglo XXI. Una institución cultural que al cruzar sus espacios físicos y virtuales se posiciona como un referente a nivel mundial. Por ello, su presentación en Internet a través de su portal web y dentro de Google Art Project le permite continuar siendo uno de los bastiones de la museología argentina. Destacamos también que los cambios dentro de la propia lógica de la tecnología obligaron al museo a rediseñar su espacio *online*, que profundiza recursos interactivos y multimedia, más acorde con las prácticas que ejercen los usuarios, y captar nuevos públicos dentro del entorno virtual.

El objetivo de nuestro recorrido fue describir el nuevo espacio de exhibición dentro del sitio www.mnba.gob.ar y percibir que continúa atado al discurso que posee la institución física. MNBA mantiene un guión donde la protagonista es la obra de arte, otorgándole un lugar

destacado dentro de la visualización de la pantalla y adoptando la elección de galerías de imágenes, estrategia que permite profundizar en detalle la pieza artística (realidad aumentada, biografía de la obra o autor, etc.). De este modo, se deja la posibilidad de una relación de vínculo presencial con la producción plástica para las visitas físicas a la tradicional institución. Por tanto, no se recurre, por ejemplo, a las propuestas 3D dentro del diseño del portal, salvo a través de la aplicación de Google. Sobre este último punto, consideramos que para el museo formar parte de *Google Art Project* presenta importantes ventajas, pero también límites corporativos. Sumado a lo mencionado de una representación sobre el arte que nos interesa polemizar, ¿se trata de un arte valedero y representativo para todos los públicos que navegan en el entorno virtual?

La puesta mediática del MNBA en sus espacios web atiende a operatorias por parte del espectador que privilegia el acceso y el conocimiento de las obras de arte, posiblemente aún evoca la idea que tuvieron los museos modernos, aquella de representar colectivamente nuestra nación a través de la contemplación en directo, de manera presencial, del espacio expositivo, a pesar de las múltiples formas alternativas que permiten las lógicas del *online*. Una propuesta de exhibición del acervo que intenta buscar un equilibrio entre lo virtual y lo físico, que se traduce salvo algunos guiños *online* (juegos, hipertextos, etc.) a un simple recurso de difusión que abandona la actitud de convertirse totalmente en un espacio museológico virtual.

Rosario, 14 de Abril 2015.

Bibliografía

- Baeza, R.; Riverca, C.; Velasco, J. 2004. "Arquitectura de la información y usabilidad en la Web". *El profesional de la información*, Vol. 13, N° 3, Madrid, pp. 267-290.
- Bennett, T. 1996. The exhibitionary complex. Greenberg Reesa et al, *Thinking about Exhibitions*, pp. 81-112, Routledge, London.
- Bonsiepe, G. 1999. *Del objeto a la interfaz. Mutaciones del diseño*. Ediciones infinito, Buenos Aires.
- Castells, M. 1998. *La era de la Información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1, Alianza, Madrid.
- Collados Muños, D. 2009. Colecciones y museos, aproximación histórica al alumnado. *Andaluciaeduca*, N° 14, Andalucía.
- Crimp, D. 1993. Sobre las Ruinas del Museo. Hall Foster, *La Posmodernidad*, pp. 75-90. Editorial Kairos, Barcelona.

- Deloche, B. 2001. *El museo virtual*. Trea, Asturias.
- Díaz, M. D. 2005. Gestión de contenidos en Portales Web. *Programación en castellano*. [En línea]. Disponible en: <http://www.moisesdaniel.com/es/wri/GestContWeb.htm>. [Consulta: 26 de octubre de 2011].
- Flores Enríquez, M. A. 2013. Museo virtual: organización sistemática y heurística. Un modelo para la generación de museos virtuales. *Revista Internacional de Aprendizaje y Cibernética*, Nº 1, Vol. 17, Madrid, pp. 61-74.
- Foucault, M. 1984. Conferencia en el Centro d'études architecture de París, Espacios y otros: utopías y heterotopías.
- Foucault, M. 1977. *Fantasia of the Library. Language, Counter-Memory, Practice*, Cornell University Press, Ithaca, pp. 92-93.
- Gabaldón Peñaranda, E. 2013. El museo virtual como paradigma del museo-texto y del museo-red. *RdM. Revista de Museología*. Nº 57. Madrid, pp 14-20 .
- Levy, P. 1999. *¿Qué es lo virtual?*. Paidós Editorial, Barcelona.
- Igarza, R. 2008. *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- Jullier, L. 2004. *La imagen digital. De la tecnología a la estética*. La Marca, Buenos Aires.
- Manovich, L. 2006. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Paidós, Buenos Aires.
- Nielsen, J. 2003. Usability 101: Introduction to Usability. [En línea]. Disponible en: <http://www.useit.com/alertbox/20030825.html>. [Consulta: 26 de febrero de 2014].
- Pisani, F. y Piotet, D. 2009. *La Alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo*. Paidós Comunicación. Barcelona.
- Podgorny, I. 2005. La mirada que pasa: museos, educación pública y visualización de la evidencia científica. *Historia, Ciencias, Saude*, Río de Janeiro, Vol. 12 (suplemento), pp. 231-264.
- Pomian K. 1978. "Entre l'invisible et le visible: la collection", *Collectionneurs*, pp. 15-59.
- Sabate Navarro, M. y Gort Riera, R. 2012. *Museo y comunidad. Un museo para todos los públicos*. Trea, Madrid.
- Scolari, C. 2004. *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Gedisa, Barcelona.
- Scolari, C. 2008. *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa , Barcelona.
- Rico, J. C. 2009. *¿Cómo se cuelga un cuadro virtual?* Edición Trea, Gijón.
- Rivière, G. 1993. *La Museología. Curso de Museología/ Textos y Testimonios*. Akal, Madrid.
- Rovira, C. y Codina, L. 2006. Sistemas de navegación con menús desplegables: componentes y edición en línea. *Española de Documentación Científica*, Vol. 29, Nº 1, pp. 85-89, Barcelona.
- O'Reilly, T. 2005. Web 2.0: Compact Definition. *Radar* [En línea]. Disponible en: <http://radar.oreilly.com/archives/2005/10/Web-20-compact-definition.html> [Consulta: 18 de diciembre de 2013].
- Traversa, O. 2007. Regreso a pantallas. *Dossier de Estudios Semióticos de La Trama de la Comunicación*, Volumen 12, UNR Editora, Rosario, pp. 27-40.
- Traversa, O. 2001. Aproximaciones a la noción de dispositivo. *Revista Signo y seña* 12. Instituto de Lingüística. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Valdettaro, S. 2007. Notas sobre 'diferencia': aproximaciones a la interfaz. *Dossier de Estudios Semióticos de La Trama de la Comunicación*, Vol. 12, UNR Editora, Rosario, pp. 209-223.
- Vizer, E. 2007. Procesos socio-técnicos y mediatización en la cultura tecnológica. Denis de Moraes, *Sociedad Mediatizada*, pp. 39-68, Gedisa, Buenos Aires.
- Yus, F. 2010. *Ciberpragmática 2.0 Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Ariel, Barcelona.

Artículos periodísticos

"Unas 250 obras del Museo Nacional de Bellas Artes fueron subidas a la red" [En línea]. Disponible en: http://www.lmneuquen.com.ar/noticias/2012/4/3/unas-250-obras-del-museo-nacional-de-bellas-artes-fueron-subidas-a-la-red_142592. Publicado el 3/04/2012. [Consulta: 5 de enero de 2014].

"Museos para todos" [En línea]. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/cdigital/31-190971-2012-04-03.html>. Publicado el 5/04/2012. [Consulta: 5 de enero de 2014].

“El Museo Nacional de Bellas Artes está presente en el Art Project de Google” [En línea]. Disponible en: [http://www.lanacion.com.ar/1462355-el-museo-nacional-de-](http://www.lanacion.com.ar/1462355-el-museo-nacional-de-bellas-artes-esta-presente-en-el-art-project-de-google)

[bellas-artes-esta-presente-en-el-art-project-de-google](http://www.lanacion.com.ar/1462355-el-museo-nacional-de-bellas-artes-esta-presente-en-el-art-project-de-google). Publicado el 7/04/2012. [Consulta: 5 de enero de 2014].